



Success! Weekly Letter

【セールス】

“売れる販売員の秘訣” 選択肢を減らして成約率を10倍に！

今日ご紹介するのは、セールスの成約率を一瞬で高める方法です。そんな方法あるはずがない、と思わずに、まずは私の体験談をお聞きください。

ゴールデンウィーク初日の先週土曜日、自宅のラグを新調しようと、大型ショッピングモールへ妻と行ったんです。私たちはモール内の家具・インテリア専門店4店舗を買う気満々で（プロ販売員ならそうだと気づくはず）周りました。

最初に入った3店舗では、販売員が数名いたにも関わらず、レジ内で作業をしていたり、入荷商品の品出しなどをしていたり（あ～あ）、専門店にもかかわらず売る気はまったく感じられませんでした。

最後の1店舗には接客態勢の販売員がいたのと、ラグの品揃えが最も充実していました。そこで、私たちはラグの品定めをしようとするとうすぐさま、笑顔が素敵な若い女性販売員が近づいてきて、「いらっしやいませ、何かございましたらお声がけください」と声をかけてくれました。言葉遣いや接客態度がとても感じよく、私たちは「この店で買おう」と決めたのですが・・・。

問題は、品揃えが多過ぎてどれに決めたらいいかをなかなか決断できないことでした。実はだいぶ前からわかっていることですが、選択肢が多すぎると、消費者が購入する商品やサービスは減る可能性があります。有名なところで、コロンビア大学が行った「ジャムの調査研究」があります。

食料品店で、ジャム6種類と24種類から選択を迫られた場合の消費者行動を比較する研究で、選択肢が多いケースでは、立ち止まって商品をチ

ェックする顧客も確かに多くなり、その割合は60%、選択肢が少ない場合は40%でした。

ところが、6種類のジャムの場合、顧客の約30%が商品を購入したのに対し、24種類を目にした顧客が購入したのはわずか3%だったのです。かなり驚くべき結果ですね。選択肢が少ない方が、多い場合よりも「10倍」多く売れたのですから！

さらなる研究により、選択を行うと脳が疲労し、その後の意思決定が実際に困難になることがわかっています。実際、私たちもラグの品揃えが豊富な店を選んだのですが、「1点」に絞り込むのは困難でした。そこで私は女性販売員に「種類が多すぎて決めかねているのですが・・・」と言うと、彼女は言いました。「そうですね。ちなみに、1番人気のラグはこちらです」。ベーシックなデザインのラグでしたが、売れている理由は私にもわかりました。基準があると選択はグッとラクになります。私たちは再度、すべてのラグを見直してみましたが、結局、購入したのは「1番人気のラグ」でした。

接客販売の成約率を一瞬で高める方法とは、（買う気のある）見込み客の選択の悩みを解消すること。その、最も簡単な方法が「1番人気」商品と、その「理由」を見込み客に教えることです。

フィットネス業界で働いている人の中には、「私はセールスが苦手です」という人が多くいます。ですが、セールス力の高いフロントスタッフやジムトレーナーの存在は、見学・体験入会率、商品やサービス販売などの結果を「決定的に」左右します。今日ご紹介した内容をセールスに活用するだけでも成約率は高まりますので、是非実施してみたいかがでしょうか。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。次号も魅力的な情報をお楽しみに！

著者プロフィール



田村真二 (Tamura Shinji)

ウェルネスビズ株式会社 代表取締役

健康ビジネス専門の経営コンサルタント/マーケティングコンサルタント/AFP。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の経営・営業・店舗開発・人事等に携わり、07 年に同社を退社し独立。健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業に向けて、マーケティングをベースにしたコンサルティング手法で業績向上を支援している。「閉鎖寸前から売上高4倍超になったスポーツジム」「専門家から集客予想会員数 1,600 名と診断された立地で会員数5千名・年間営業利益2億円超のフィットネスクラブを開発」「会員数 800 名台から 2,200 名へと大幅増加したフィットネスクラブ」など、会員数拡大・客単価向上・継続月数増をかけた「儲かる事業構築の仕組み」導入コンサルティングで高収益企業が連続出中。全国各地からコンサルティング、講演、執筆等の依頼が絶えない。

出版・編集・お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

TEL:03-4530-6263

FAX:03-3562-7822

Mail :info@wellness-biz.jp

URL :<https://www.wellness-biz.jp>

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。